

Modulhandbuch

Bachelor

Medienwirtschaft

Studienordnungsversion: 2015

gültig für das Wintersemestersemester 2020/2021

Erstellt am: 27. November 2020
aus der POS Datenbank der TU Ilmenau
Herausgeber: Der Präsident der Technischen Universität Ilmenau
URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-19227

Inhaltsverzeichnis

[illegible]

Medienwirtschaft													
Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Medienwirtschaft	2	1	0	2	2	0					PL 90min	10	
Angewandte Medientechnik (incl. Praktikum)													
Angewandte Medientechnik			2	1	0	2	1	0	0	0	1	PL 120min	8
Medientechnik													
Angewandte Videotechnik						2	1	0				PL 90min	3
Medienproduktion						2	1	0				PL 90min	3
Medien- und Kommunikationswissenschaft													
												MO	12
Grundlagen der Kommunikationswissenschaft													
Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft	2	1	0									PL 60min	3
Medienproduktforschung			2	0	0							PL 90min	2
Medienmanagement 1						2	0	0				SL	2
Rezeptionsforschung und Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft													
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft						2	1	0				VL	3
Rezeptionsforschung						2	0	0				VL	2
Softskills													
												MO	6
Fremdsprache													
												MO	4
Studium generale													
												MO	2
Fachpraktikum													
												FP	10
Fachpraktikum													
												SL	10
Proseminar und Bachelorarbeit													
												FP	16
Proseminar													
												PL	4
Bachelorarbeit													
												BA 3	12

Modul: Mathematik

Modulnummer: 100585

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Yury Person

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Beherrschung von grundlegenden Berechnungsmethoden der höheren Mathematik, Weiterentwicklung des Abstraktionsvermögens und abstrakten Denkens, Einordnung von speziellem Wissen in übergeordnete Modelle, Anwendung der Math. auf einige wirtschaftl. Problemstellungen

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik der gymnasialen Oberstufe.

Mathematik 2: Ma 1 für Wirtschaftswissenschaften

Detailangaben zum Abschluss

Modul: Statistik 1 und 2

Modulnummer: 100587

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, ökonomische Daten zu analysieren und statistische Methoden bei der Auswertung von Daten richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Die Studierenden können auch Stichprobenerhebungen planen, auf der Basis von Stichproben Aussagen für eine Grundgesamtheit ableiten und ökonomische Hypothesen empirisch überprüfen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Statistik 1

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100276

Prüfungsnummer: 2500170

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2532																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ökonomische Daten zu analysieren und statistische Methoden bei der Auswertung von Daten richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren.

Vorkenntnisse

Mathematik I für Wirtschaftswissenschaftler

Inhalt

Teil I: Deskriptive Statistik

1. Einführung, 2. Grundbegriffe der Datenerhebung, 3. Auswertung für eindimensionales Datenmaterial, 4. Auswertungsmethoden für mehrdimensionales Datenmaterial, 5. Verhältniszahlen und Indexzahlen, 6. Zeitreihenzerlegung und Saisonbereinigung

Teil II: Wahrscheinlichkeitsrechnung

7. Zufallsvorgänge, Ereignisse und Wahrscheinlichkeiten, 8. Zufallsvariablen und Verteilungen

X

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Präsentation. Arbeitsblätter, Formelsammlung und Aufgabensammlung (verfügbar per Download oder im Copy-Shop), Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der neuesten Auflage:

[1] Bankhofer, Vogel: Datenanalyse und Statistik. Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Gabler, Wiesbaden. [2] Bankhofer, Vogel: Übungsbuch Datenanalyse und Statistik - Aufgaben - Musterklausuren - Lösungen, Springer Gabler. [3] Bamberg, Baur, Krapp: Statistik, Oldenbourg.

X

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Statistik 2

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 100277

Prüfungsnummer: 2500171

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2532																								
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können durch die Anwendung entsprechender statistischer Methoden auf der Basis von Stichproben Aussagen für eine Grundgesamtheit ableiten. Sie sind damit in der Lage, Stichprobenerhebungen zu planen und ökonomische Hypothesen empirisch zu überprüfen.

Vorkenntnisse

Statistik 1

Inhalt

Teil II. Wahrscheinlichkeitsrechnung (Fortsetzung)

9. Verteilungsparameter, 10. Gesetz der großen Zahlen und zentraler Grenzwertsatz

Teil III. Induktive Statistik

11. Grundlagen der induktiven Statistik, 12. Punkt-Schätzung, 13. Intervall-Schätzung, 14. Signifikanztest

X

Medienformen

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Präsentation. Arbeitsblätter, Formelsammlung und Aufgabensammlung (verfügbar per Download oder im Copy-Shop), Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der neuesten Auflage:

[1] Bankhofer, Vogel: Datenanalyse und Statistik. Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Gabler, Wiesbaden. [2] Bankhofer, Vogel: Übungsbuch Datenanalyse und Statistik - Aufgaben - Musterklausuren - Lösungen, Springer Gabler. [3] Bamberg, Baur, Krapp: Statistik, Oldenbourg.

X

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Modul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Modulnummer: 8931

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Grundkompetenzen in allen betriebswirtschaftlichen Funktionalbereichen sowie Grundbegriffe der Wirtschaftsinformatik.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Modul: Externes und Internes Rechnungswesen

Modulnummer: 100588

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Studenten sind in der Lage, Jahresabschlüsse nach handelsrechtlicher Prinzipien zu erstellen und sind mit wesentlichen IFRS-Bilanzierungsregeln vertraut.

Studenten sind in der Lage, den realen Werteverzehr in Unternehmen in Kostenrechnungsmodellen abzubilden und die Kostensituation auf Basis der Modelldaten zu analysieren und Maßnahmen zur Kostengestaltung abzuleiten.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

5290 Buchführung

Detailangaben zum Abschluss

Buchführung

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 5290 Prüfungsnummer:2500152

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):68			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2521																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, Bilanzen unter Beachtung fundamentaler handelsrechtlicher Prinzipien mit Hilfe von Techniken der doppelten Buchführung zu erstellen sowie Konten zu eröffnen, unterjährige Buchungen durchzuführen, Konten zu analysieren und zu schließen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Das Fach vermittelt Grundlagen der modellhaften Abbildung der Realität in Rechnungslegungsmodellen und Techniken der Buchführung von der Inventur über Bestands- und Erfolgskonten und diese betreffenden Buchungen. Es werden schwerpunktmäßig Sachverhalte im waren-, personal-, produktions-, anlagen- und finanzwirtschaftlichen sowie steuerlichen Bereich betrachtet.

Medienformen

Powerpoint-Presentation, Übungsscript
Moodle Kurs Buchführung

Literatur

Coenenberg/Haller/Mattner/Schultze: Einführung in das Rechnungswesen. 6. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2016.

Detailangaben zum Abschluss

schriftlich

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Fachabschluss: über Komplexprüfung Art der Notengebung: unbenotet
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Sommersemester

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Internes Rechnungswesen

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 5299

Prüfungsnummer: 2500151

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2521																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, den realen Werteverzehr in Unternehmen in Kostenrechnungsmodellen abzubilden und die Kostensituation auf Basis der Modelldaten zu analysieren und Maßnahmen zur Kostengestaltung abzuleiten.

Vorkenntnisse

5290 Buchführung

5298 Externes Rechnungswesen

Inhalt

Das Fach vermittelt ein grundlegendes Verständnis des internen Rechnungswesens aus entscheidungsorientierter Perspektive. Neben der Abgrenzung zum externen Rechnungswesen werden Zielstellungen des internen Rechnungswesens und verschiedene Instrumente der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in Teilkosten- und Vollkostenrechnungen detailliert behandelt. Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf Instrumenten der Plankostenrechnung, Break-Even-Analyse, Prozess- und Zielkostenrechnung.

Medienformen

Powerpoint-Präsentation, Übungsscript
Moodle Kurs Internes Rechnungswesen

Literatur

Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Aufl. Schäffer-Poeschel : Stuttgart, 2016

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Modul: Produktionswirtschaft 1 und 2

Modulnummer: 100590

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden beherrschen das elementare produktionswirtschaftliche Fachvokabular und können wesentliche Zusammenhänge der (aktivitätsanalytischen) Produktions- und Kostentheorie erklären. Überdies besitzen sie ein vertieftes Verständnis der Produktionsplanung und -steuerung und der wesentlichen Strukturen von Advanced Planning Systems. Sie können Verfahren der Produktionsplanung und -steuerung sowie der Transport- und Tourenplanung auch auf komplexe, dynamische Problemstellungen anwenden. Sie verstehen die Strukturen linearer Programmierungsansätze und sind überdies in der Lage, die ökonomischen Auswirkungen von Parametervariationen zu beurteilen und Abstimmungsprobleme im Rahmen hierarchischer Planungskonzepte zu erkennen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler

Detailangaben zum Abschluss

Produktionswirtschaft 1

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 5296

Prüfungsnummer: 2500154

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):68			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2522																								
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	0	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden beherrschen das elementare produktionswirtschaftliche Fachvokabular und können wesentliche Zusammenhänge der Produktions- und Kostentheorie darstellen und erklären. Dabei sind sie in der Lage, Produktionssysteme anhand aktivitätsanalytischer Instrumente zu modellieren und zu bewerten. Die Studierenden beherrschen überdies die wesentlichen Grundlagen der Produktionsplanung und -steuerung und sind in der Lage, grundlegende Verfahren der Erzeugnisprogrammplanung, Losgrößenbestimmung und des Kapazitätsabgleichs anzuwenden.

Vorkenntnisse

Mathematik 1 und 2 für Wirtschaftswissenschaftler

Inhalt

Einführung: Fallbeispiel „Lederverarbeitendes Unternehmen Gerd Gerber“

A) Abbildung realer Produktionszusammenhänge (Technologie)

1. Modellierung einzelner Produktionen

2. Modellierung aller technisch möglichen sowie realisierbaren Produktionen

B) Beurteilung realer Produktionszusammenhänge (Produktionstheorie i.e.S.)

3. Beurteilung von Objekten und Objektveränderungen

4. Effiziente Produktionen und Produktionsfunktionen

C) Bewertung und Optimierung realer Produktionszusammenhänge (Erfolgstheorie)

5. Bewertung von Objekten und Produktionen

6. Erfolgsmaximierung

D) Ausgewählte Aspekte der Produktionsplanung und -steuerung

7. Statische Materialbedarfsplanung und Kostenkalkulation

8. Anpassung an Beschäftigungsschwankungen

9. Statische Materialbereitstellungsplanung/Losgrößenbestimmung

10. Produktionsprogrammplanung bei andersartigen Fertigungsstrukturen

Medienformen

Moodle-Kurs: Produktionswirtschaft 1 (WS 2020/21)

Vorlesung: überwiegend Powerpoint-Präsentation per Beamer, ergänzender Einsatz des Presenters

Übung: Presenter

Lehrmaterial: PDF-Dateien der Vorlesungs-Präsentationen sowie Übungsaufgaben und Aufgaben zum Selbststudium auf Homepage und im Copy-Shop verfügbar. Zusätzlich zwei alte Klausuren auf der Homepage verfügbar.

Literatur

- Dyckhoff, H.: Produktionstheorie, 5. Auflage, Berlin et al. 2006.
- Dyckhoff, H./Ahn, H./Souren, R.: Übungsbuch Produktionswirtschaft, 4. Auflage, Berlin et al. 2004.

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Informatik 2010
Bachelor Informatik 2013
Bachelor Maschinenbau 2008
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
Master Medientechnologie 2017
Master Regenerative Energietechnik 2011
Master Regenerative Energietechnik 2013

Produktionswirtschaft 2

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 5297

Prüfungsnummer: 2500155

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):105			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2522																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden besitzen ein vertieftes Verständnis der Produktionsplanung und -steuerung (vorrangig für konvergierende Produktionen der Fertigungsindustrie) sowie Grundkenntnisse der Distributionsplanung und können sie in die wesentlichen Strukturen von Advanced Planning Systems einordnen. Sie sind in der Lage, Verfahren der Nachfrageprognose, der Erzeugnisprogramm- sowie Materialbedarfsplanung, der Losgrößenplanung und des Kapazitätsabgleichs, der Auftragsfreigabe und der Maschinenbelegungsplanung sowie der Transport- und Tourenplanung auch auf komplexe, dynamische Problemstellungen anzuwenden. Sie verstehen die Strukturen linearer Programmierungsansätze im Kontext der Produktionsplanung. Überdies sind sie in der Lage, die ökonomischen Auswirkungen von Parametervariationen zu beurteilen und Abstimmungsprobleme im Rahmen hierarchischer Planungskonzepte zu erkennen.

Vorkenntnisse

Produktionswirtschaft 1

Inhalt

0. Organisatorische Hinweise
 1. Einführung: Produktionsplanung und -steuerung (PPS) im Rahmen von Advanced Planning Systems (APS)
 2. Nachfrageprognosen im Demand Planning
 3. Erzeugnisprogrammplanung im Master Production Planning
 4. Materialbedarfsplanung (Material Requirements Planning)
 5. Losgrößenplanung im Production Planning
 6. Kurzfristige Verfügbarkeitsprüfungen und Auftragsfreigabe
 7. Maschinenbelegungsplanung im Production Scheduling
 8. Transport- und Tourenplanung im Distribution and Transport Planning
- Fallstudie „Hemdenfein GmbH“ (Übung)

Medienformen

Vorlesung: überwiegend Power-Point-Präsentation per Beamer, ergänzender Einsatz des Presenters

Übung: Presenter

Lehrmaterial: PDF-Dateien der Vorlesungs-Präsentationen sowie durchgängige Fallstudien und Übungsaufgaben, alte Klausuren auf Homepage und im Copy-Shop verfügbar.

Literatur

Die überwiegend formal orientierte Veranstaltung basiert u. a. auf folgende Lehrbücher zum operativen Produktionsmanagement, die zu Beginn jedes Kapitels durch weiterführende Literaturangaben ergänzt wird:

- Günther, H.-O./Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, 8. A., Berlin et al. 2009.
- Fandel, G./Fistek, A./Stütz, S.: Produktionsmanagement, 2. A., Berlin et al. 2011.
- Tempelmeier, H.: Materiallogistik, 7. A., Berlin et al. 200.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM

Modul: Marketing 1 und 2

Modulnummer: 100592

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse zu Gegenstand, Zielen, Strategien und Instrumenten des Marketings sowie zu Besonderheiten des Marketings in internationalen Märkten. Sie werden befähigt, markt-, kunden- und wettbewerbsbezogene Problemstellungen zu erkennen, konkrete Aufgabenstellungen abzuleiten und ihre Kenntnisse zur Lösung dieser Aufgabenstellungen und insbesondere zu einer adäquaten Gestaltung des Marketingmix anzuwenden (Fachkompetenz). Des Weiteren verfügen Studierende über Kompetenzen zur Entwicklung von Problemlösungen für beispielhafte Fälle und die Präsentation erarbeiteter Lösungen (Methoden- und Sozialkompetenz).

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Marketing 2: Internationales Marketing in Wachstumsmärkten

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 101404

Prüfungsnummer: 2500208

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kerstin Pezoldt

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):105			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2523																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen und verstehen die Besonderheiten und Aufgaben des internationalen Marketing im Sinne der marktorientierten Unternehmensführung.

Sie erwerben grundlegende Kenntnisse über Wachstumsmärkte und Transformationsprozesse sowie die Herausforderungen für internationale Unternehmen in turbulenten Wachstumsmärkten (Fachkompetenz). Sie können für ein internationales Unternehmen eine Umweltanalyse durchführen und ein Marketingkonzept entwickeln (Methodenkompetenz).

Die Studierenden kennen die Marketinginstrumente für internationale Unternehmen (Fachkompetenz) und sie können eigenständig einen Marketingmix für einen Wachstumsmarkt konzipieren (Methodenkompetenz), ihre Lösung präsentieren und ihren Standpunkt vertreten (Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Marketing 1 - Grundlagen des Marketing

Inhalt

- Internationalisierung, internationales Marketing und Wachstumsmärkte
- Marketingherausforderungen in der Systemtransformation von Wachstumsmärkten
- Umweltanalyse von Wachstumsmärkten
- Strategische Marketingentscheidungen
- Eintritt in Wachstumsmärkte
- Internationale Produkt- und Programmpolitik
- Internationale Kommunikationspolitik
- Internationale Distributionspolitik
- Internationale Preispolitik

Medienformen

Moodle, PowerPoint, begleitendes Skript, zusätzliche digitale Ressourcen, Online-Wiki

Literatur

- Backhaus, K.; Büschken, J.; Voeth, M. (2010): Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart.
- Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M. (2016): Internationales Marketing-Management, 6. Aufl., Heidelberg.
- Dülfer, E.; Jöstingmeier, B. (2008): Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, München.
- Holtbrügge, D.; Welge, M. K. (2015): Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, 6. Aufl., Stuttgart.
- Meffert, H.; Burmann, C.; Becker, C. (2010): Internationales Marketingmanagement, 4. Aufl., Stuttgart.
- Müller, S.; Gelbrich, K. (2015): Interkulturelles Marketing, 2. Aufl., München.
- Pezoldt, K. (2006): Internationales Marketingmanagement im Osten Europas, Berlin.
- Proff, H. (2004): Internationales Management: in Ostasien, Lateinamerika und Schwarzafrika, München.
- Roemer, E. (2014): Internationales Marketing Management, Stuttgart.
- Rothlauf, J. (2012): Interkulturelles Management, 4. Aufl., München.
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2013): Internationales Marketing, 3. Aufl., München.
- Zschiedrich, H. (Hg.) (2004): Internationales Management in den Märkten Mittel- und Osteuropas,

München.

Detailangaben zum Abschluss

Vergabe von Bonuspunkten bis max. 10 % der in der Klausur erreichbaren Punkte durch aktive Teilnahme an der Fallstudienübung.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science 2013

Modul: Unternehmensführung 1 und 2

Modulnummer: 100594

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Aufgabe des Moduls Unternehmensführung 1+2 ist es, die Grundlagen der Unternehmensführung zu vermitteln. Die Studierenden erhalten das für die Wirtschaftspraxis notwendige theoretische und praktisch anwendbare Wissen auf dem Gebiet der Unternehmensführung. Die Studierenden erlernen, ausgehend von der Rolle von Betrieben im Wirtschaftskreislauf und dem Prinzip rationalen Handelns, die Aufgaben der Unternehmensführung in einem funktionalen Verständnis kennen sowie die Rahmenbedingungen der spezifischen Entscheidungsprobleme des Normativen Managements, des Strategischen Managements, der Organisation und des Personalmanagements. Ergänzend erlernen die Studierenden die Anwendung der in der Praxis verbreiteten Methoden und Techniken der Unternehmensführung.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Fachabschluss: über Komplexprüfung
Sprache: Deutsch

Art der Notengebung: unbenotet

Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aus der Vorlesung „UfÜ 1 – Grundlagen der Unternehmensführung“ kennen die Studierenden die Grundbegriffe des Fachs Unternehmensführung. Sie verstehen die Aufgaben eines Unternehmens im Wirtschaftskreislauf, die praktischen Ausgestaltungsformen des ökonomischen Prinzips und die grundlegenden Managementfunktionen der Planung, Organisation, Personaleinsatz, Führung und Kontrolle von Unternehmen. Die Studierenden kennen die Ebenen des Normativen Managements und des Strategischen Managements sowie die Grundlagen zu Organisation und Organisationsgestaltung, Personalmanagement und Planung und Kontrolle.

keine

- Grundbegriffe und Managementprozess
- Normative Unternehmensführung: Entscheidung für Nutzenpotentiale
- Strategische Unternehmensführung : Positionierung im Wettbewerb
- Organisation und Organisationsgestaltung
- Planung und Kontrolle
- Personalmanagement

PowerPoint-Folien, Skript, Literaturstudium
moodle-Kurs: Unternehmensführung 1 - Grundlagen der Unternehmensführung

- Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T. (2017): Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen. 2. Aufl.

- Dillerup, R./Stoi, R. (2016): Unternehmensführung, 5. Aufl.;
- Hungenberg, H./Wulf, T. (2015): Grundlagen der Unternehmensführung, 5. Aufl.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, 8. Aufl.
- Macharzina, K./Wolf, J. (2015): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen Konzepte - Methoden - Praxis, 9. Aufl.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl.;
- Schulte-Zurhausen, M. (2014): Organisation, 6. Aufl.
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl.;
- Wöhe, G./Döring, H./Brösel, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl.;
- Ausführliche Literaturhinweise im Skript

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Mathematik 2013
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Fachabschluss: über Komplexprüfung Art der Notengebung: unbenotet
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Prüfungsnummer:2500176

Leistungspunkte: 5	Workload (h):150	Anteil Selbststudium (h):105	SWS:4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													2 2 0																	

Aus der Vorlesung "Ufö 2 - Methoden und Techniken der Unternehmensführung" kennen die Studierenden ausgewählte Methoden und Techniken des Normativen und Strategischen Managements, der Organisation, des Personalmanagements sowie der Planung und Kontrolle im Unternehmen (Fachkompetenz). Die Studierenden können einschätzen, unter welchen Voraussetzungen diese Methoden und Techniken eingesetzt werden und welche Stärken und Schwächen die jeweiligen Methoden aufweisen. Die erlernten Methoden und Techniken werden von den Studierenden während der vorlesungsbegleitenden Übung an konkreten Beispielen angewendet. Dabei wird durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen neben der Methoden- auch die Sozialkompetenz weiterentwickelt.

Unternehmensführung 1

- Grundbegriffe und Managementprozess
- Normative Unternehmensführung: Entscheidung für Nutzenpotentiale
- Strategische Unternehmensführung : Positionierung im Wettbewerb
- Organisation und Organisationsgestaltung
- Planung und Kontrolle
- Personalmanagement

Tafelbild, PowerPoint-Folien, Skript, Literaturstudium
moodle-Kurs: Unternehmensführung 2 - Methoden und Techniken der Unternehmensführung

- Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T. (2017): Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen. 2. Aufl.
- Dillerup, R./Stoi, R. (2016): Unternehmensführung, 5. Aufl.;
- Hungenberg, H./Wulf, T. (2015): Grundlagen der Unternehmensführung, 5. Aufl.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, 8. Aufl.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl.;
- Macharzina, K./Wolf, J. (2015): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen Konzepte - Methoden - Praxis, 9. Aufl.
- Schulte-Zurhausen, M. (2014): Organisation, 6. Aufl.
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl.;
- Wöhe, G./Döring, H./Brösel, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl.;
- Ausführliche Literaturhinweise im Skript

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Modul: Finanzwirtschaft

Modulnummer: 100595

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden erwerben in diesem Modul die Fähigkeit, basierend auf der erworbenen Kenntnis sowohl der einschlägigen institutionellen Gegebenheiten als auch der spezifischen finanzwirtschaftlichen Sichtweise des Unternehmens betriebliche und finanzmarktliche Vorgänge zum einen einzuordnen und zu verstehen und zum anderen zielgerichtet zu gestalten.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Rechnungswesen 1

Detailangaben zum Abschluss

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Finanzwirtschaft 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 5293

Prüfungsnummer: 2500029

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2524																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													2 1 0																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Aufbauend auf den Kenntnissen der betrieblichen Finanzwirtschaft verstehen die Studierenden die Interdependenzen zwischen dem Unternehmen und den Finanzmärkten, in die es eingebettet ist. Sie können korrekte Kapitalkosten bestimmen und mit unterschiedlichen Renditebegriffen sowie dem komplexen Zusammenspiel zwischen Risiko und Rendite umgehen. Dies befähigt sie sowohl zur vertieften Analyse von Unternehmen und zur Bewertung von traditionellen Wertpapieren als auch zu Tätigkeiten in der finanzwirtschaftlichen Unternehmenssteuerung ebenso wie in allen Funktionen, in denen ein vertieftes Verständnis für die liquiditäts- und erfolgsrelevanten Belange eines Unternehmens vorausgesetzt wird.

Vorkenntnisse

Veranstaltung "Finanzierung und Investition"

Inhalt

1. Finanzmärkte und -intermediäre (Überblick über die institutionellen Gegebenheiten)
2. Investition und Finanzierung unter Sicherheit
3. Kapitalkosten
4. Kapitalmarkttheorie (Portfoliotheorie, CAPM)
5. Wertpapiermanagement (Aktien, Anleihen)

Medienformen

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
Moodle-Kurs Finanzwirtschaft 1

Literatur

Jeweils in der aktuellsten Auflage:

Trost, R.: Vorlesungsskript Finanzwirtschaft 1

Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, München (empfehlenswert für Überblick)

Beike/Schlütz, Finanznachrichten lesen, verstehen, nutzen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart

Bitz/Stark, Finanzdienstleistungen, Oldenbourg, München-Wien

Brealey/Myers/Allen, Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, New York et al.

Franke/Hax, Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer, Berlin et al.

Steiner/Bruns, Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Mathematik 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Mathematik und Wirtschaftsmathematik 2013 Vertiefung WM
Master Wirtschaftsinformatik 2014
Master Wirtschaftsinformatik 2015
Master Wirtschaftsinformatik 2018

Modul: Steuerlehre 1 und 2

Modulnummer: 100596

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Steuern I

Die Lehrveranstaltung erlaubt einen schnellen Einstieg in das Fach der Ertragsteuern. Ziel ist es, einen umfassenden Überblick über die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer zu vermitteln. Daher widmet sich die Vorlesung zunächst der Ertragsteuernormendarstellung. Daran anschließend werden die Besteuerungsarten und -unterschiede zwischen den Unternehmensformen dargestellt. Schwerpunktmäßig besprochen werden Spezialfragen der Gewinnermittlung sowie rechtsformabhängige Besteuerungsfolgen. Da Steuern nicht entscheidungsneutral sind und zudem zahlreiche betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse beeinflussen, sind diese Kenntnisse für die Studenten von hohem Nutzen. Durch die Vorlesung werden sie befähigt, sowohl eigenständig steuerplanerisch tätig zu werden als auch bestehende Gestaltungen nachvollziehen zu können. In den später aufbauenden Vorlesungen zur Steuerlehre werden die in dieser Veranstaltung vermittelten Grundkenntnisse vorausgesetzt.

Steuern II

Schwerpunktmäßig werden die Auswirkungen der Besteuerung auf betriebliche Investitionsentscheidungen, Finanzierungs- und Rechtsformentscheidungen behandelt. Die Vorteilhaftigkeit der einzelnen steuerlichen Handlungsalternativen wird unter Verwendung betriebswirtschaftlichen Methodenwissens diskutiert. Im Rahmen der Lehrveranstaltungen wird darüber hinaus auch das bereits erarbeitete steuerliche Fachwissen vertieft und durch spezielle praxisrelevante Problembereiche, wie z.B. der steuerlichen Organschaft, erweitert. Auf diese Weise werden die Studierenden in die Lage versetzt, auch komplexere steuerliche Zusammenhänge zu erkennen und die betriebswirtschaftlich optimale Entscheidung zu treffen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Steuerlehre I, Rechnungswesen I und II, Finanzierung und Investition

Detailangaben zum Abschluss

Steuerlehre 2

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 5302

Prüfungsnummer: 2500178

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 4		Workload (h):120		Anteil Selbststudium (h):86		SWS:3.0															
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2521															
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
									2		1		0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Steuerlehre 1, Externes Rechnungswesen, Internes Rechnungswesen, Finanzierung und Investition

Inhalt

Im Rahmen der Lehrveranstaltungen wird das bereits erarbeitete steuerliche Fachwissen aus der Veranstaltung "Steuerlehre 1" vertieft und durch spezielle praxisrelevante Problembereiche erweitert. Schwerpunktmäßig wird die Unternehmensbesteuerung von Kapital- und Personengesellschaften und deren Gesellschaftern behandelt.

Medienformen

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Foliensatz zur Vorlesung und Handout mit Übungsaufgaben im Moodlekurs "Steuerlehre 2"

Moodle Kurs Steuerlehre 2

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Wirtschaftsinformatik 2014

Master Wirtschaftsinformatik 2015

Master Wirtschaftsinformatik 2018

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2013

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2014

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2015

Modul: Mikroökonomie

Modulnummer: 100599

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

In der Mikroökonomik werden Grundlagen für das elementare Verständnis von Marktformen und marktlichen Interaktionen vermittelt. Die Studierende sind in der Lage, wesentliche mikroökonomische Modelle zu erkennen, zu verstehen und auf gegebene grundlegende ökonomische Phänomene anzuwenden.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Modul: Makroökonomie

Modulnummer: 100600

Modulverantwortlich: Dr. Sebastian Jaenichen

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen die grundlegenden makroökonomischen Zusammenhänge. Sie kennen das System der VGR, haben die wichtigsten makroökonomischen Theorien zum Konsum- und Investitionsverhalten erlernt, wissen über die Wirkungszusammenhänge der kurzen, mittleren und langen Frist, welche aus den Standardmodellen (IS-LM-, Arbeitsmarkt- und AS-AD-Modell) abgeleitet werden. Hinsichtlich der langfristigen Analyse sind die Studierenden mit der Konjunktur- und Wachstumstheorie vertraut. Damit sehen sich die Studierenden in die Lage versetzt, den Einsatz und die Wirkung fiskal- und geldpolitischer Instrumente einzuschätzen und zu beurteilen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Mikroökonomie

Detailangaben zum Abschluss

Makroökonomie

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 5341 Prüfungsnummer: 2500017

Fachverantwortlich: Dr. Sebastian Jaenichen

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):105			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2543																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				3	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen die grundlegenden makroökonomischen Zusammenhänge. Sie kennen das System der VGR, haben die wichtigsten makroökonomischen Theorien zum Konsum- und Investitionsverhalten erlernt, wissen über die Wirkungszusammenhänge der kurzen, mittleren und langen Frist, welche aus den Standardmodellen (IS-LM-, Arbeitsmarkt- und AS-AD-Modell) abgeleitet werden. Hinsichtlich der langfristigen Analyse sind die Studierenden mit der Konjunktur- und Wachstumstheorie vertraut. Damit sehen sich die Studierenden in die Lage versetzt, den Einsatz und die Wirkung fiskal- und geldpolitischer Instrumente einzuschätzen und zu beurteilen.

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Inhalt

Das Europäische System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (ESVG) wird ausgehend von einzel- und gesamtwirtschaftlichen Konten und Kreisläufen entwickelt. Die Grenzen des ESGV und der Ergänzungsrechnungen werden dargestellt. - Im Bereich der Makroökonomie werden die verschiedenen Theorien zur Erklärung der Konsumgüternachfrage und der Investitionstätigkeit behandelt. Die Gleichgewichte für den Güter- und Geldsektor sowie das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht werden abgeleitet. Ursachen für Ungleichgewichte auf den Arbeits-, Kapital- und Gütermärkten werden dargestellt.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=765>

Literatur

Frenkel/John, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, 5. A., München 2003, Cezanne, Grundzüge der Makroökonomie, 7. A., München 1998

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Mathematik 2009
Bachelor Mathematik 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Modul: Volkswirtschaftslehre

Modulnummer: 100601

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Studierende verstehen die basalen mikro- und makroökonomischen Zusammenhänge. Sie können industrieökonomische Kenntnisse anwenden, Märkte analysieren und wirtschaftspolitische Implikationen ableiten, mit denen sie Entscheidungsträger, insbesondere der Medienwirtschaft, mit mäßig komplexen Entscheidungsproblemen fundiert beraten können.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Theorie der Wirtschaftspolitik und Industrieökonomik 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 120 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 100301 Prüfungsnummer:2500180

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 8		Workload (h):240		Anteil Selbststudium (h):172		SWS:6.0															
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2542															
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
					4 2 0																

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studierende sind mit den Grundlagen der Industrieökonomik vertraut, können Märkte analysieren und kontextbezogenen Unternehmensstrategien ableiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, wohlfahrtstheoretische Schlüsse zu ziehen und die Wirkung ökonomischen Handelns aus gesamtgesellschaftlicher Sicht zu beurteilen. Die erlernten Modellierungstechniken dienen als Vorbereitung für industrieökonomische Veranstaltungen auf Master-niveau und fördern darüber hinaus das analytische, strategische Denken und die Kritikfähigkeit.

Vorkenntnisse

Mikro- und Makroökonomie

Inhalt

Es werden industrieökonomische Grundlagen über Wettbewerbsprozesse und die Funktionsweise von Märkten vermittelt, sowie mögliche Implikationen für die Wirtschaftspolitik diskutiert. Im Vordergrund steht die Analyse des unternehmerischen Verhaltens. Verschiedene Determinanten wie Marktstruktur, Markteintritte und -austritte, Produktdifferenzierung, Netzwerkeffekte oder Unsicherheit werden hinsichtlich ihrer Wirkung auf das strategische Verhalten der Unternehmen untersucht, um auch Fragen zu beantworten, ob staatliches Eingreifen eine Verbesserung des Marktergebnisses leisten kann.

Medienformen

Moodle-Kursraum: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=296>; <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=297>; Skript, Materialien

Literatur

Carlton, D. W./Perloff, J. M. (2008): Modern Industrial Organization, 4. Aufl., Addison-Wesley: Reading. Klump, R. (2011): Wirtschaftspolitik - Instrumente, Ziele und Institutionen, 2. Aufl., Pearson: München.

Detaillangaben zum Abschluss

Falls es die Corona-Regelungen erfordern, werden die Prüfungen online durchgeführt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Einführung in die Medienökonomie

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 999

Prüfungsnummer: 2500084

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):116			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2541																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 1 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten zu identifizieren und ihre Funktionsweise theoriegeleitet zu erläutern,
- allgemeine/grundlegende und spezielle mikroökonomische Konzepte und Modelle (spezielle, angewandte Mikroökonomik; Industrieökonomik) auf Medienmärkte anzuwenden,
- tatsächliche und vermeintliche Marktversagensprobleme (spezielle Theorie der Wirtschaftspolitik) auf Medienmärkten ökonomisch zu analysieren, hinterfragen und beurteilen,
- grundlegende/strukturierte Probleme der Medienökonomik graphisch und mathematisch zu lösen,
- ökonomische Aspekte ausgewählter Phänomene der Digitalisierung zu verstehen, theoriegeleitet zu erläutern und kritisch zu hinterfragen.

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Inhalt

- 1 Einführung
- 2 Ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten
 - 2.1 Theorie des Marktversagens als Begründung für Regulierung
 - 2.2 Externalitäten und öffentliche Güter
 - 2.3 Informationsasymmetrien
 - 2.4 Kostenstrukturen und natürliche Monopole
 - 2.5 Wettbewerbsprobleme
 - 2.6 Meritorik, Qualität und Niveau
- 3 Die Ökonomik von Netzwerken und Plattformen
 - 3.1 Netzwerkeffekte
 - 3.2 Grundlagen der Plattformökonomik
 - 3.3 Weiterführende Modelle und Implikationen
- 4 Digitalisierung
 - 4.1 Internet der Dinge
 - 4.2 Smart Consumption
 - 4.3 Smart Production & Industrie 4.0
 - 4.4 Beispiel Autonomes Fahren
- 5 Fazit

Medienformen

PowerPoint-Animation; Gruppenarbeit; Fallstudien; Übungsaufgaben

Literatur

- Dewenter, R. & Rösch, J., Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte, Wiesbaden: Springer Gabler, Kap. 2 und 5-8.

• Budzinski, O. & Kuchinke, B.A., Industrial Organization of Media Markets and Competition Policy, erscheint in: Handbook Economics and Management of Media and Communication (B. von Rimscha, Hg.), 2019; Prä-Version: <https://ssrn.com/abstract=3251938>.

Detailangaben zum Abschluss

Weitere Informationen zur Lehrveranstaltung finden Sie hier:
<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=1491>

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Master Medientechnologie 2017

Modul: Recht 1

Modulnummer: 100603

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Joachim Weyand

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Rechts sowie dessen Funktionen und Wirkungsweise. Sie sind in der Lage, die Teilgebiete der Rechtsordnung - Privatrecht und Öffentliches Recht - zu unterscheiden sowie deren jeweilige Prinzipien anzuwenden. Im Bereich des öffentlichen Rechts sind ihnen die Staatsstrukturprinzipien und das Recht der obersten Staatsorgane vertraut. Im Bereich des Privatrechts/Zivilrechts sind sie in der Lage, die grundlegenden Begriffe und Prinzipien des Vertragsrechts anzuwenden, Problemschwerpunkte zu erkennen und mit Hilfe juristischer Arbeitsmethoden zu lösen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Zivilrecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 1512

Prüfungsnummer:2500024

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 4				Workload (h):120				Anteil Selbststudium (h):86				SWS:3.0																		
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien								Fachgebiet:2561																						
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Begriffe des Privatrechts/Zivilrechts sicher anzuwenden, sie kennen die Rechtsgrundlagen des privaten Rechts und sind befähigt, die vorgegebenen Sachverhalte unter anzuwendende Vorschriften insbesondere des BGB zu subsumieren. Weiterhin können sie aufgeworfene Problemschwerpunkte strukturieren und mit Hilfe juristischer Auslegungsmethoden lösen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

I. Zivilrecht in der Rechtsordnung II. Rechtsgrundlagen des Zivilrechts III. Rechtssubjekte und Rechtsobjekte des Zivilrechts IV. Leitprinzipien des Zivilrechts V. Der Abschluss des Vertrages VI. Formfreiheit und formgebundene Rechtsgeschäfte VII. Grenzen des Vertrages/Rechtsgeschäftes VIII. Die Einschaltung von Hilfspersonen in den Vertragsschluss IX. Vertragsdurchführung und -beendigung X. Die Vertragshaftung XI. Durchsetzung des zivilrechtlichen Anspruchs

Medienformen

pp-Präsentation, Vorlesungsskript, Übungsfälle mit ausformulierten Lösungen

Literatur

BGB. Bürgerliches Gesetzbuch, 75. Aufl. 2015

Eisenhardt, Einführung in das Bürgerliche Recht, 6. Aufl. Stuttgart 2011 (Verlag C. F. Müller)

Weyand, Einführung in das Zivilrecht. Studien- und Übungsbuch, 2. Aufl. Erfurt 2014 (Millennium-Verlag)

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung, 90 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Informatik 2010

Bachelor Mechatronik 2008

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Technische Physik 2008

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Biotechnische Chemie 2016
Master Technische Physik 2013

Modul: Recht 2

Modulnummer: 100605

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Rechts, dessen Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Rechtsgebiete voneinander abzugrenzen sowie das Recht der obersten Staatsorgane und die Staatsprinzipien sowie die Methodik des deutschen Rechts anzuwenden.

Sie können die medienrelevanten Grundrechte wie die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Medienfreiheiten, die Berufs- und Eigentumsfreiheit sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu analysieren, d.h. diese Grundrechte rechtswissenschaftlich prüfen und abzuwägen. Die Studierenden können die Grundrechte einzelner Medien (Presse, Rundfunk, Neue Medien) anwenden. Sie analysieren die Erfolgsaussichten von medienrechtlichen Rechtsstreitigkeiten und können sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen.

Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Öffentlichen Rechts, insbesondere die Grundrechte, das allgemeine Verwaltungsrecht, Teile des Europarechts sowie verschiedene Bereiche des besonderen Verwaltungsrechts. Die Studierenden sind in der Lage rechtliche Probleme unter dem Blickwinkel des Öffentlichen Rechts zu lösen bzw. das erworbene Wissen im Rahmen einer Falllösung anzuwenden. Dabei wenden sie die erlernten Grundlagen des Verwaltungsprozessrechts an.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Degenhart, Christoph: Staatsrecht 1. Staatsorganisationsrecht, 32. Aufl. 2016

Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, 10. Aufl. 2015

Haug, Volker: Staats- und Verwaltungsrecht: Fallbearbeitung, Übersichten, Schemata, 8. Aufl. 2013

Jung, Jost: BGB Allgemeiner Teil. Der Allgemeine Teil des BGB, 5. Aufl. 2016

Katz, Alfred: Grundkurs im Öffentlichen Recht, 18. Aufl. 2010

Maurer, Hartmut: Staatsrecht I: Grundlagen, Verfassungsorgane, Staatsfunktionen, 7. Aufl. 2016

Sodan, Helge/ Ziekow, Jan: Grundkurs Öffentliches Recht: Staats- und Verwaltungsrecht, 7. Aufl. 2016

Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, 6. Aufl. 2011

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Informatik 2010

Bachelor Informatik 2013

Bachelor Maschinenbau 2008

Bachelor Mechatronik 2008

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Werkstoffwissenschaft 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Biotechnische Chemie 2016

Master Technische Physik 2013

Literatur

Lehrbücher

Haug, Volker M.: Öffentliches Recht im Überblick, aktuelle Aufl.
Maurer, Hartmut: Allgemeines Verwaltungsrecht, aktuelle Aufl.
Detterbeck, Steffen: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, aktuelle Aufl.
Detterbeck, Steffen: Allgemeines Verwaltungsrecht, aktuelle Aufl.
Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht im Nebenfach, aktuelle Aufl.
Peine, Franz-Joseph: Allgemeines Verwaltungsrecht, aktuelle Aufl.
Schwerdtfeger, Gunther: Öffentliches Recht in der Fallbearbeitung, aktuelle Aufl.
Schenke, Wolf-Rüdiger: Verwaltungsprozessrecht, aktuelle Aufl.
Pierot, Bodo/ Schlink, Bernhard: Grundrechte. Staatsrecht II, aktuelle Aufl.
Arndt, Hans-Wolfgang/ Fischer, Kristian: Europarecht, aktuelle Aufl.

Kommentare

Kopp, Ferdinand O./ Ramsauer, Ulrich: Verwaltungsverfahrensgesetz, aktuelle Aufl.
Kopp, Ferdinand O./ Wolf-Rüdiger Schenke: Verwaltungsgerichtsordnung, aktuelle Aufl.

Zeitschriften

NJW (Neue juristische Wochenschrift)
JZ (Juristenzeitung)
Der Staat
DÖV (Die öffentliche Verwaltung)
DVBl. (Deutsches Verwaltungsblatt)
NVwZ (Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht)
ThürVwBl. (Thüringer Verwaltungsblatt)

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Master Biotechnische Chemie 2016
Master Technische Physik 2013

der Klausur verwendet werden.

Rechtsprechungssammlung

Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Fallsammlungen

Fechner, Frank: Fälle und Lösungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Peifer, Karl-Nikolaus/ Dörre, Tanja: Übungen im Medienrecht, aktuellste Auflage

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Medienwirtschaft

Modulnummer: 100606

Modulverantwortlich: Dr. Daniel Fischer

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Sie beherrschen Grundlagen für die Entwicklung und den Betrieb von Informationssystemen (IS).

- Sie kennen wesentliche Grundbegriffe der Wirtschaftsinformatik.
- Sie haben einen Überblick über Rechnersysteme und Kommunikationsnetze.
- Sie haben Grundkenntnisse im Datenmanagement und über Datenbanksysteme.
- Sie kennen wichtige betriebliche Anwendungssysteme und deren Integrationsbedarf.
- Sie haben einen Überblick über das Informationsmanagement.
- Sie haben einen Überblick über wesentliche Aufgaben und Hilfsmittel bei der Entwicklung von

Anwendungssystemen.

- Übung: Sie beherrschen ausgewählte Softwareprogramme und weitere Hilfsmittel, die bei der Entwicklung von Anwendungssystemen zum Einsatz kommen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Medienwirtschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 100794

Prüfungsnummer: 2500188

Fachverantwortlich: Dr. Daniel Fischer

Leistungspunkte: 10			Workload (h):300			Anteil Selbststudium (h):221			SWS:7.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2533																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	0	2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nachdem Studierende die Veranstaltung besucht haben, beherrschen sie die Grundlagen für die Entwicklung und den Betrieb von Informationssystemen (IS).

- Sie kennen wesentliche Grundbegriffe der Wirtschaftsinformatik.
- Sie haben einen Überblick über Rechnersysteme und Kommunikationsnetze.
- Sie haben Grundkenntnisse im Datenmanagement und über Datenbanksysteme.
- Sie kennen wichtige betriebliche Anwendungssysteme und deren Integrationsbedarf.
- Sie haben einen Überblick über das Informationsmanagement.
- Sie haben einen Überblick über wesentliche Aufgaben und Hilfsmittel bei der Entwicklung von Anwendungssystemen.
- Sie kennen wesentliche Aufgaben des Geschäftsprozessmanagements.
- Übung: Sie beherrschen ausgewählte Anwendungsprogramme, die bei der Entwicklung und dem Betrieb von IS zum Einsatz kommen.

Vorkenntnisse

Keine

Inhalt

- Grundlagen und Abgrenzung der Wirtschaftsinformatik
- Informations- und kommunikationstechnische Grundlagen
 - Rechnersysteme (Hardware und Software)
 - Datenmanagement
 - vernetzte Rechnersysteme (Kommunikationsnetze)
- Betriebliche Anwendungssysteme und deren Integration
- Management von Informationssystemen
- Entwicklung von Anwendungssystemen
 - Systementwicklung
 - IT-Projektmanagement
 - Gestaltung der Auswahl von Standard-Anwendungssoftware
- Geschäftsprozessanalyse, -verbesserung
- Wirtschaftlichkeitsanalysen

Medienformen

Skripte der Vorlesungen und Begleitmaterial der Übungen als Download,
Einsatz eines moodle-Kurses zur Organisation der gesamten Lehrveranstaltung sowie zur Kontrolle des Lernfortschritts

Moodle-Kursraum Wintersemester: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=847>

Moodle-Kursraum Sommersemester: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/info.php?id=1020>

Literatur

Dietmar Abts, Wilhelm Mülder: Grundkurs Wirtschaftsinformatik: Eine kompakte und praxisorientierte Einführung. Wiesbaden 2013 (neueste Auflage).

Peter Mertens, Freimut Bodendorf, Wolfgang König, Arnold Picot, Matthias Schumann, Thomas Hess:

Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Berlin - Heidelberg - New York (neueste Auflage).

Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon, Detlef Schoder: Wirtschaftsinformatik - Eine Einführung. München 2010 (neueste Auflage).

Hans Robert Hansen, Jan Mendling, Gustav Neumann: Wirtschaftsinformatik (neueste Auflage).

Peter Stahlknecht, Ulrich Hasenkamp: Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Berlin u.a. (neueste Auflage).

Detailangaben zum Abschluss

Das Absolvieren und Bestehen aller Teile der rechnergestützten Übungen (Praktika) fungiert als Prüfungsvorleistung für die Modulklausur

Im Rahmen der rechnergestützten Übungen (Praktika) können Bonuspunkte erreicht werden.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Angewandte Medientechnik (incl. Praktikum)

Modulnummer: 100607

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe, zur Medienbearbeitung, zur Übertragung sowie zur Speicherung von elektronischen Medien erläutert. Damit werden die Studierenden in die Lage versetzt auditive und visuelle Systeme hinsichtlich ihrer technischen Leistungsfähigkeit und ihrer ökonomischen Effizienz für die verschiedenen Anwendungen bewerten zu können. Das Ziel des Praktikums besteht in der Erweiterung und Vertiefung theoretischer Erkenntnisse, dem Erwerb praktischer Fähigkeiten und grundlegender Fertigkeiten im Umgang mit Geräten der Audio- und Videotechnik. Die Studierenden sind in der Lage, Audio- und Videoaufnahme- und -schnittsysteme anzuwenden.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Abiturkenntnisse

Detailangaben zum Abschluss

Angewandte Medientechnik

Fachabschluss: Prüfungsleistung generiert 120 min Art der Notengebung: Generierte Noten
Sprache:deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 5312 Prüfungsnummer:210206

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Leistungspunkte: 8			Workload (h):240			Anteil Selbststudium (h):161			SWS:7.0																					
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2182																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0	2	1	0	0	0	1																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden:

- wissen, wie die auditive und visuelle Wahrnehmung beim Menschen funktioniert und welche Schlussfolgerungen sich daraus in Hinblick auf die Anforderungen an Geräte und Abläufe ergeben.
- kennen die medientechnische Verarbeitungskette (Vorproduktion - Produktion - Postproduktion - Wiedergabe) und verstehen, wie sich einzelne Geräte und Prozesse dort einordnen.
- entwickeln eines quantitativen Verständnisses für medientechnische Größen (z.B. Frequenz, Schalldruckpegel, Brennweite, Farbmodelle) und einfacher Zusammenhänge zwischen ihnen.
- sind in der Lage, medientechnische Geräte anhand ihrer technischen Parameter zu vergleichen, um die passende Auswahl für eine gestellte Aufgabe zu treffen.
- erwerben im Praktikum Grundfertigkeiten beim Umgang mit Geräten zur Aufnahme (Mikrofon, Kamera) und Wiedergabe (Lautsprecher, Monitor).
- können einfache Aufgaben zur Medienbearbeitung unter Nutzung der entsprechenden Hard- und Software lösen (Audio-Mischpult, Videoschnitt-Software).
- besitzen Fähigkeit zur Kommunikation mit Ingenieuren und Anwendern über den Einsatz von medientechnischen Geräte und über Abläufe bei der Medienproduktion und -rezeption.
- können Zusammenhänge zwischen technischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Medienproduktion und -verbreitung herstellen und in Hinblick auf eine gestellte Aufgabe beurteilen.
- sind in der Lage, aktuelle Entwicklung in der Medientechnik einzuordnen und deren Bedeutung für die eigene berufliche Tätigkeit einzuschätzen.

Vorkenntnisse

Abiturstoff

Inhalt

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe sowie zur Speicherung, Verarbeitung und Übertragung von elektronischen Medien erläutert.

Medienformen

Skripte zur Vorlesung, Demonstrationen, Übungsaufgaben

Literatur

- A. Holzinger: Basiswissen Multimedia (Band 1: Technik), Vogel Buchverlag, Würzburg 2002, ISBN 3-8023-1914-1
- R. Malaka, A. Butz, H. Hußmann: Medieninformatik - Eine Einführung, Pearson Studium München 2009, ISBN 978-3-8273-7353-3
- P. A. Henning: Taschenbuch Multimedia, Hanser Fachbuch 2007, ISBN 3-4464-09718
- U. Schmidt: Digitale Film- und Videotechnik, Carl Hanser Verlag München 2008, ISBN 978-3-446-41250-7
- J. Friedrich: Tontechnik für Mediengestalter: Töne hören - Technik verstehen - Medien gestalten; Springer-Verlag Berlin (X.media.press) 2008, ISBN 978-3-540-71869-7 (9,95 €)
- Th. Görne: Tontechnik; Carl Hanser Verlag München 2011, ISBN 978-3-446-42395-4

Detailangaben zum Abschluss

Das Fach wird mit einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung und dem Nachweis der erfolgreichen Teilnahme am

Praktikum abgeschlossen. Die Noten aus der schriftlichen Prüfung und dem Praktikum werden entsprechend ihres Gewichtes (Anzahl der Leistungspunkte) zur Endnote zusammen gefasst.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Medientechnik

Modulnummer: 100608

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, Medienproduktionssysteme hinsichtlich ihrer technischen und organisatorischen Zusammenhänge zu analysieren und zu bewerten. Diese Fähigkeiten umfassen die Branchen Film, Fernsehen, Hörfunk, Print und Internet. Besonderes Augenmerk wird auf die Videoproduktion gelegt. Hier sind die Studierenden in der Lage, vertieft Videoaufnahme- und -bearbeitungssysteme zu analysieren und zu bewerten. Innerhalb eines Videoprojektes erwerben sie praktische Fähigkeiten in der Videoaufnahme und -bearbeitung.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vorausgesetzt werden Kenntnisse aus dem Modul "Angewandte Medientechnik".

Detailangaben zum Abschluss

Medienproduktion

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 100538

Prüfungsnummer: 2100464

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Heidi Krömker

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																							
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2183																							
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P		
													2			1			0													

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die elementaren Bestandteile Content, Organisation und Technik ausgewählter Medienformen.

Die Studierenden verstehen die Abläufe und Zusammenhänge der Produktionsprozesse ausgewählter Medienformen.

Die Studierenden erkennen Konvergenzeffekte und Beziehungen zwischen verschiedenen Medienformen.

Die Studierenden können das Grundwissen ausgewählter Medienformen auf aktuelle Trends und Phänomene der Medienproduktion übertragen.

Die Studierenden können das vermittelte Wissen eines Medienproduktionsprozesses auf eine konkrete Problemstellung im Seminarkontext anwenden.

Vorkenntnisse

Inhalt

In der Vorlesung wird ein Überblick über die inhaltlichen, technischen und organisatorischen Zusammenhänge der Branchen Film, TV, Hörfunk, Musik, Print und Internet gegeben. Es werden Fragen der Produktion von Inhalten, der zugrundeliegenden Technologien, des Managements, der Organisation sowie der Kosten fokussiert.

Hinweise auf die Konvergenz der Medien ermöglichen zudem Querverweise zwischen den einzelnen Medien.

Die Behandlung dieser Medien wird mit einem Überblick über die internationalen Perspektiven des jeweiligen Mediums abgerundet.

Medienformen

Folien, Audio- und Videomaterial, Fallstudien, sonstige innovative Lehrformen

Literatur

Krömker, Heidi; Klimsa, Paul (Hrsg.): Handbuch Medienproduktion. Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005.

Detailangaben zum Abschluss

Die alternative Prüfungsleistung ergibt sich aus den folgenden Einzelleistungen:

- erfolgreiche Teilnahme an den beiden Teilklausuren à 45 Minuten in der Mitte und am Ende der Vorlesungszeit:

70 Prozent der Note für die Lehrveranstaltung (alternativ kann eine Gesamtklausur im Prüfungszeitraum abgelegt werden)

Bitte melden Sie sich zu Beginn des Semesters via Thoskasystem für die Prüfungen an!

- erfolgreiche Planung, Durchführung sowie mündliche und schriftliche Präsentation der Semesteraufgabe:

30 Prozent der Note für die Lehrveranstaltung

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Medien- und Kommunikationswissenschaft

Modulnummer: 101970

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Modul: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft

Modulnummer: 100609

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Studierende bekommen einen Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft. Im begleitenden Seminar werden die Inhalte der Vorlesung ergänzt und vertieft.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 452 Prüfungsnummer: 2400215

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung gibt einen einführenden Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Inhalte der Vorlesung werden in dem Seminar vertieft. Dabei werden auch relevante Techniken wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Ausgehend von einer Identifikation der Medien als Objekt wissenschaftlicher Beobachtung wird in historischer und systematischer Perspektive in den Gegenstandsbereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft eingeführt. Darauf aufbauend werden Modelle zur Beschreibung medial vermittelter Kommunikation vergleicht und analysiert sowie verschiedene soziologische Beobachtungsperspektiven der Medienwissenschaft vorgestellt. Dabei werden insbesondere Handlungs- und Systemtheorien, konstruktivistische Ansätze sowie die Cultural Studies einbezogen. Begleitend zur Vorlesung wird ein Seminar angeboten, bei dem teilnehmerorientierte Lehr- und Lernformen im Vordergrund stehen. Die Themen der Vorlesung werden durch Textarbeit vertiefend behandelt. Zudem werden – mittels Referaten – Präsentationstechniken eingeübt. Ein Reader mit den zu behandelnden Texten wird zu Beginn des Seminars angeboten.

Medienformen

Power-Point-Präsentation, Skript

Literatur

Martin Löffelholz/Thorsten Quandt (Hrsg.): Die Neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Günter Bentele/Hans-Bernd Brosius/Otfried Jarren (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen: Westdeutscher Verlag. Otfried Jarren/Heinz Bonfadelli (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt. Gebhard Rusch (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Klaus Neumann-Braun/ Stefan Müller-Dooch (Hrsg.): Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. Weinheim/München: Juventa. Maximilian Gottschlich/Wolfgang R. Langenbucher (Hrsg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller. Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd.1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster/Hamburg/London: Lit.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Medienproduktforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 9126

Prüfungsnummer: 2400383

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 2		Workload (h):60		Anteil Selbststudium (h):38		SWS:2.0															
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2553															
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
			2 0 0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen den theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker). Sie können für ausgewählte Anwendungsfelder aus verschiedenen Medienbranchen den analytischen Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufzeigen und die Anwendbarkeit des theoretischen Ansatzes der Medienproduktion kritisch reflektieren.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse erforderlich

Inhalt

Vom theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker) ausgehend, wird anhand von Beispielen aus verschiedenen Medienbranchen der analytische Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufgezeigt. Die Prozesse der Globalisierung bzw. Internationalisierung und der Konvergenz von Medien werden als Einflussgrößen bei den jeweiligen Themen berücksichtigt. Behandelt werden folgende Themen:

1. Produktforschung: Der Zusammenhang von Content, Technik und Organisation
2. Produktionsprozesse der Medien
3. Konvergenz der Medien und des Content
4. Content Film: Gestaltungsmerkmale und Aussage
5. Content Fernsehen
6. Content Hörfunk
7. Content Presse
8. Content - Games: Computerspieltheorie, Spielindustrie und Spielgenre
9. Content - Web: Soziale Netzwerke
10. Content - Musik

Medienformen

Beamer, Tafel

Literatur

wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfungsleistung / Klausur

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
 Bachelor Medientechnologie 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2011
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015

Medienmanagement 1

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 964 Prüfungsnummer: 2400263

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Am Ende der Veranstaltung - kennen Sie Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen - erklären Sie medienwirtschaftliche Probleme auf der Grundlage und mit der Hilfe eines gefestigten betriebswirtschaftlichen Fakten-, Theorie- und Methodenwissens - nutzen Sie Ihr Wissen zur Lösung grundlegender medienwirtschaftlicher Aufgabenstellungen - sind Sie in der Lage, neue medienwirtschaftliche Probleme zu charakterisieren und zu strukturieren - beurteilen Sie betriebswirtschaftlich fundiert die Eignung von Lösungsvorschlägen für solche Probleme

Vorkenntnisse

Grundkenntnisse der allgemeinen BWL (aus der Veranstaltung ABWL für AMW)

Inhalt

- Einführung
- Konvergenz
- Konzentration
- Nachfrage
- Angebot
- Werbung
- Zweiseitige Märkte
- Strategie
- Zwei Gastvorträge / Workshops

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

- Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Doyle, Gillian: Understanding Media Economics. London 2002. - Homann, Karl; Suchanek, Andreas: Ökonomik – eine Einführung. 2. Auflage, Tübingen 2005. - Kiefer, Marie Luise: Medienökonomik. 2. Auflage, München, Wien 2005. - Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. 5. Auflage, Wiesbaden 2006. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 1, 2. Auflage, Wiesbaden 2001. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 2. Wiesbaden 1999.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur 60 min

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013

Modul: Rezeptionsforschung und Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft

Modulnummer: 100610

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Quantitative Methoden:

Die Studierenden kennen den Forschungsprozess und haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden und Untersuchungsdesigns der empirischen Kommunikationsforschung. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Umfrageforschung und sind in der Lage diese Methode der Datenerhebung zur Lösung von medienpraktischen und kommunikationswissenschaftlichen Problemen zielgerichtet einzusetzen.

Rezeptionsforschung:

Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien, Ansätze und methodischen Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung zu verstehen und zu erklären. Die Studierenden können die Befunde der empirischen Forschungsliteratur im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung unter Berücksichtigung methodischer Fragestellungen verstehen und bewerten. Die Studierenden sind befähigt, die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medien- und kommunikationspraktischen sowie kommunikationswissenschaftlichen Problemen anzuwenden und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

90 Minuten Klausur zum Vorlesungsstoff „Quantitative Methoden“ (max. 8/100 Bonuspunkte aus dem Seminar). Schriftliche Aufgaben zu den Einführungen in die Theorien. Diese werden nicht benotet, müssen aber bestanden werden. Das Bestehen dieser Aufgaben wird mit insgesamt 30 Punkten (von 100 im gesamten Modul) angerechnet.

Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft

Fachabschluss: über Komplexprüfung schriftlich

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100001

Prüfungsnummer: 2400488

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 1 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den Forschungsprozess und haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden und Untersuchungsdesigns der empirischen Kommunikationsforschung. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Umfrageforschung und sind in der Lage diese Methode der Datenerhebung zur Lösung von medienpraktischen- und kommunikationswissenschaftlichen Problemen zielgerichtet einzusetzen.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Inhalt

Die Grundlagen der wichtigsten quantitativen empirischen Methoden der Kommunikationsforschung (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) sowie der grundlegenden Untersuchungsdesigns (Querschnitt, Längsschnitt, Experiment) werden vermittelt.

Das gewonnene Wissen über den Forschungsprozess und die Datenerhebung wird am Beispiel der Befragung in den Begleitseminaren in einem praktischen Forschungsprojekt angewendet.

The basic principles of the most important quantitative empirical methods of communication research (survey, observation, content analysis) and the fundamental designs of research (cross section, longitudinal section, experiment) are communicated.

The obtained knowledge about the process of research and the collection of data are applied in a questionnaire, which is developed in the accompanying seminar.

Medienformen

Powerpoint, Auflichtprojektion, Tafel, Sprache

Literatur

- Diekmann, Andreas (2006): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 15. Aufl. Orig.-Ausg. - Reinbek: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. völlig überarb., erw. Aufl. - München u.a.: Oldenbourg.
- Brosius, Bernd/Koschel, Friederike (2002): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. eine Einführung. Wiesbaden: VS.

Detailangaben zum Abschluss

90 Minuten Klausur zum Vorlesungsstoff „Quantitative Methoden“ (max. 8/100 Bonuspunkte aus dem Seminar).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Medientechnologie 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015

Rezeptionsforschung

Fachabschluss: über Komplexprüfung alternativ

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100086

Prüfungsnummer: 2400487

Fachverantwortlich: Dr. Christina Schumann

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien, Ansätze und methodischen Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung zu verstehen und zu erklären.

Die Studierenden können die Befunde der empirischen Forschungsliteratur im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung unter Berücksichtigung methodischer Fragestellungen verstehen und bewerten. Die Studierenden sind befähigt, die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medien- und kommunikationspraktischen sowie kommunikationswissenschaftlichen Problemen anzuwenden und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Vorkenntnisse

Inhalt

In der Vorlesung werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung gelehrt. Es wird erläutert, warum (bestimmte) Personen (bestimmte) Angebote der Massenmedien nutzen und welche Konsequenzen dies für Kognitionen, Emotionen, Einstellungen und Handlungen hat.

In den Seminaren werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung auf Basis der Lektüre und Diskussion wissenschaftlicher Grundlagentexte und empirischer Studien erarbeitet und vertieft.

Medienformen

PPT-Präsentationen, studienbegleitende Unterlagen zum Download in Moodle, Webex-Konsultationen

Literatur

- Wunsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (2014): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden: Nomos.
- Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 2. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (2013): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS Verlag.

Detailangaben zum Abschluss

Schriftliche Aufgaben zu den Einführungen in die Theorien. Diese werden nicht benotet, müssen aber bestanden werden.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Medienwirtschaft 2013
 Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Softskills

Modulnummer: 100611

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Ziel des Moduls ist der Erwerb von Fähigkeiten im Bereich der Fremdsprachen sowie der Geistes- und Sozialwissenschaften.

Die Studierenden haben die Kompetenz, sich im internationalen Wirtschaftsleben in konkreten Kommunikationssituationen sprachlich und außersprachlich adäquat zu verständigen sowie die Inhalte komplexer Texte zu wirtschaftlichen Themen zu erfassen. Die Studierenden können Vorträgen und Präsentationen in einer Fremdsprache folgen und beherrschen die theoretischen Grundlagen des Vortragens eigener Arbeits- und Forschungsergebnisse in dieser Sprache.

Im Rahmen des Studium Generale erlernen die Studierenden, Entwicklungen in den Technik- und Naturwissenschaften, insbesondere in den Disziplinen ihres Studienfaches, in aktuelle und historische Entwicklungen in der Gesellschaft in politischer, kultureller und philosophischer Hinsicht einordnen und interpretieren. Sie erwerben zudem Sozialkompetenzen sowie allgemeine Methodenkompetenzen wissenschaftlichen Arbeitens.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzung

Detailangaben zum Abschluss

Modul: Fremdsprache

Modulnummer: 100206

Modulverantwortlich: Dr. Kerstin Steinberg-Rahal

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Die Studierenden erwerben fachsprachliche Kenntnisse begleitend zu ihrem Studium.
Die konkreten Lernergebnisse sind bei den jeweiligen Sprachkursen beschrieben.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Voraussetzungen der jeweiligen Sprachkurse

Detailangaben zum Abschluss

Abschlussverpflichtungen der jeweiligen Sprachkurse

Modul: Studium generale

Modulnummer: 100813

Modulverantwortlich: Dr. Uwe Geishendorf

Modulabschluss:

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage soziale, philosophische, politische, wirtschaftliche und kulturelle Fragen zu erörtern, die sich unmittelbar aus der Entwicklung der Technik und Naturwissenschaften ergeben.

Das Modul beinhaltet wahlobligatorische geistes- und sozialwissenschaftliche Studieninhalte.

Das Themenspektrum umfasst die Kompetenz- und Wissensbereiche:

- Basiskompetenz: Vermittlung notwendiger Kompetenzen für ein erfolgreiches Studium und die spätere Berufstätigkeit.
- Orientierungswissen: Vermittlung fachübergreifender Studieninhalte, die Bezüge zwischen verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen herstellen und vertiefen sowie weitergehende geistige Orientierung geben.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Detailangaben zum Abschluss

Abschlussverpflichtungen der jeweiligen Kurse

Modul: Fachpraktikum

Modulnummer: 101605

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Fachpraktikum

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 6033

Prüfungsnummer: 99001

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 10			Workload (h):300			Anteil Selbststudium (h):300			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2541																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P

Lernergebnisse / Kompetenzen

Mit der berufspraktischen Tätigkeit werden die Studierenden befähigt, die im Studium erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen praktischer Aufgaben anzuwenden und sich so auf die praktische Berufswelt vorzubereiten. Fachliches und fachübergreifendes Wissen können erprobt und angewandt werden und das Kennenlernen der Sozialstruktur des Unternehmens unterstützt die Herausbildung sozialer und kommunikativer Kompetenzen.

Vorkenntnisse

Es müssen 100 Leistungspunkte erbracht worden sein.

Inhalt

Während des Fachpraktikums soll der Studierende Fertigkeiten und berufspraktische Kenntnisse auf dem Gebiet der Medienwirtschaft erwerben. Das Praktikum umfasst Tätigkeiten vornehmlich in Beratungs-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Neben der medienwirtschaftlichen Ausbildung soll der Praktikant sich auch Informationen über Betriebsorganisation, Sozialstrukturen, Sicherheits- und Wirtschaftlichkeitsaspekte und Umweltschutz aneignen.

Medienformen

-

Literatur

Selbständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Proseminar und Bachelorarbeit

Modulnummer: 100612

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen ein spezielles Forschungsthema aus der BWL, der VWL, dem Recht oder der Wirtschaftsinformatik. Sie sind in der Lage:

- den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen.
- verschiedene Meinungen und Literaturströme zu identifizieren und zu systematisieren.
- spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herauszuarbeiten und zu spezifizieren.
- offene Forschungsfragen zu identifizieren und zu formulieren.
- eine Forschungsfrage nach einer in der Fachdisziplin anerkannten Methode zu bearbeiten und eigenständige Ergebnisse zu erzielen.

Die Studierenden erwerben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Siehe § 8 (1) zur Prüfungsordnung!

Detailangaben zum Abschluss

Proseminar

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5300 Prüfungsnummer: 99002

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2541																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													0 2 0																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden bearbeiten inhaltlich ein von Ihnen gewähltes betriebswirtschaftliches Thema eigenständig. Dabei fertigen Sie eine schriftliche Ausarbeitung an. Zum anderen präsentieren Sie Ihre Erkenntnisse in einem Referat, welches als Grundlage für eine Diskussion mit den anderen Seminarteilnehmern genutzt wird. Die Studierenden sind somit in der Lage, betriebswirtschaftliche Inhalte zu analysieren und Probleme zu erkennen sowie zu bewerten. Die Studierenden können anspruchsvolle Themengebiete selbstständig erarbeiten. Die Studierenden können zuvor vermitteltes Wissen auf neue Themenbereiche (z.B. Praxisfall) anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, fachlich anspruchsvolle Themen zu bearbeiten und diese vor der Gruppe zu präsentieren.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

wahlobligatorisches Proseminar, beinhaltet Spezialthemen der BWL, Anfertigen einer schriftlichen Arbeit, Referat und Diskussionsrunde

You can find all information about the course here:
<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=210>

Medienformen

Literaturstudium. Präsentation der Ergebnisse als PowerPoint oder Overhead.

Literatur

wird zur Themenvergabe bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelorarbeit

Fachabschluss: Bachelorarbeit schriftlich 3 Monate Art der Notengebung: Generierte Noten
Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: unbekannt

Fachnummer: 6030 Prüfungsnummer: 99003

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 12			Workload (h):360			Anteil Selbststudium (h):360			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2541																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																360h														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen es, sich mit einem speziellen Forschungsthema aus der BWL, der VWL, dem Recht oder der Wirtschaftsinformatik vertieft auseinanderzusetzen. Sie sind in der Lage,

- den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen,
- verschiedene Meinungen und Trends in der Literatur zu identifizieren und zu systematisieren,
- spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herauszuarbeiten und zu spezifizieren,
- offene Forschungsfragen zu identifizieren und zu formulieren,
- eine Forschungsfrage nach einer in der Fachdisziplin anerkannten Methode zu bearbeiten und

eigenständige Ergebnisse zu erzielen.

Die Studierenden erwerben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten.

Vorkenntnisse

Voraussetzung für die Ausgabe des Themas sind alle geforderten Prüfungs- und Studienleistungen mit Ausnahme des Fachpraktikums und höchstens einer Prüfungsleistung.

Inhalt

selbstständige Bearbeitung eines fachspezifischen Themas unter Anleitung, Konzeption eines Arbeitsplanes, Einarbeitung in die Literatur, Erarbeitung der notwendigen wissenschaftlichen Methoden, Durchführung und Auswertung, Diskussion der Ergebnisse, Erstellung der Bachelorarbeit

Medienformen

schriftliche Arbeit

Literatur

wird mit Ausgabe des Themas bekannt gegeben oder ist selbstständig zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung,Lehrveranstaltung,Unit)